从网络短视频的发展看媒体融合

摘　要：信息时代的大背景下，媒体行业发展迅速，大数据空间给媒体技术以及内容上支持的同时，也给传统媒体的内容与结构提出更高的要求。随着社会的进步与发展，当前国内的媒体正处在多元化融合的重要阶段，各类型的媒体之间相互借鉴、协作，给网络短视频的发展带来一个契机。文中以当前国内媒体融合作为基础，针对现阶段网络短视频兴起的原因以及发展现状进行了简要论述与探索，并提出一些针对性强的建议，以供相关从业人员进行参考、借鉴。

关键词：网络短视频；媒体融合；发展探析

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）07-112-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.07.040

文 / 肖茵

引言

新媒体时代的到来，微博、微信、梨园视频、快手、抖音等等专业化的视频推送平台迅速崛起并成为人们休闲、娱乐的交流方式之一，也让互联网对于优质内容的要求与标准也变得更高，对于用户体验的满意度越来越重视。随着人们的生活节奏加快，广大视频用户观看视频的时间变得越来越短。由于当前视频的传播方式是以各种类型的智能终端为主要途径，为了能够有效地减少收视成本、丰富视频信息的内容、提高传播的效率，通过几十秒到几分钟的视频不但能够填补广大用户碎片化的空白时间，而且还能够满足用户在单位时间内获得高密度信息的需要。因此，短视频也开始变成移动媒体时代媒体发展与创新的重要方式。

1. 媒体融合与短视频的定义

1.1 媒体融合

当前生活中常见的媒体形式一共有五种，即报纸、广播、电视、网络、手机，而这些媒体相通的地方就是通过载体来将文字、图片、音频、视频进行传播。所谓的媒体融合就是信息传输通道的多元化下的新作业模式，是把报纸、电视台、电台等传统媒体与互联网以及手持智能终端等新兴媒体相结合，实现资源共享，最终将多元形式的信息产品通过各种平台传播给广大受众。

1.2 短视频

短视频就是时间较短的视频，这种视频主要的传播方式是以互联网为主，视频时间的长度几秒钟到几分钟，适合当前所有新媒体平台、移动状态和碎片时间下观看的视频内容，其内容相当丰富，包括流行时尚、社会热点、街头采访、公益教育、广告创意等不同的主题。伴随着高速移动网络速度的普及，短视频以“短平快”的优势迅速发展。另外，短视频在制作方面不需要拥有大规模的团队，且制作简单、参与性强，有数量庞大的粉丝群，这对于发展新媒体原生广告的形式也有一定的促进作用。

2. 网络短视频的兴起

2.1 网络短视频兴起的原因

网络短视频的兴起是互联网发展到一定程度必然会出现的产物，同时网络短视频也是在深厚的市场、流行的文化、先进的技术等方面的支持下得以迅速发展的。从 2005 年 5 月中旬，土豆网在国内开设了首家播客，并强调“每个人都是生活的导演”，随后网络短视频开始呈现爆炸式增长。短视频的出现不但丰富了广大用户的网络生活，也加快了短视频的发展脚步。

2.2 网络短视频的发展现状

经过十余年时间的发展，国内网络短视频也已经有了一条完整的从生产到传播的产业链并且内部分工明确，其中包括了独立的内容制作机构，也有负责平台推广的机构，也有两者都做的机构。（1）内容制作机构主要是以中央电视台、人民日报以及新华社这三家为代表的主流媒体，其间还包括了《新京报》、《南方周末》等等；商业机构包括了二更视频以及一条视频等等，但是他们没有独立的短视频平台，主要以微信、微博以及其他平台进行传播。（2）平台类的代表就比较多了，比如说今日头条、腾讯、快手、抖音等等，这些平台本身没有负责视频的制作，只是把短视频资源进行整合。此类平台在短视频的质量要求上较为严格而且需求量大，为了能够聚合更丰富的原创内容，他们投入了大量的资本。（3）梨视频是既做内容又做平台的代表，其发展方向是在做好视频内容的同时也发展中等规模平台。

3. 传统电视媒体重视“以短见长”

所谓的以短见长就是传统电视媒体将短视频作为重要的发展战略并主动与媒体进行融合。相较于新媒体，传统媒体无论是在模式上或者普及率上仍然占有一定的优势，在拥有大量受众的同时也具备深厚的社会根源。传统媒体包括了广播电视、报纸杂志以及新闻网站等等；而且其间的内容会按照新闻主题的变化而有不同的差异，广大用户可以按照正常的途径获得、搜索新闻的内容，但是相对来说新闻在阅读体验上具有明显的单一化，以文字图片为主。而随着信息技术的飞速发展，当前的媒体也开始与时俱进并向融合的趋势发展，其中以电视媒体为代表的传统媒体更是大刀阔斧地进行改革与调整。（1）传统电视媒体在传播的形式上有所变化，并开始向

网络视频方向发展，试图在网络平台里占有一席之地；（2）传统电视媒体在新时代的背景下开始着手网络视频的制作与探索，无论是在设计内容以及题材构成、传播方式、交互模式上都有所改进，全面实现了个性化发展；（3）传统电视频通过先进的多民间互动技术向各种电子平台进行战略性业务扩张，试图通过新平台的高人气来提高市场当中的知名度与占有率。

4. 人人都是“记者”，成立拍客团队丰富新闻来源

4.1 拍客的定义

所谓的拍客，就是在互联网时代中通过相机、手机或 DV 等数码设备拍摄的图像或视频，并经过编辑处理再上传到互联网平台上进行分享、传播影像的特定人群。想要成为一个拍客就必须要做到：（1）首先，可以拍摄到热点以及原创的视频并能够进行传播、推广；（2）其次，成为拍客也必须要具备社会责任感、爱心以及社会公信力的特殊网络群体，这类人的视野开阔宽广、勤于思考，并且能够通过视频影像将生活以及思想记录下来，并以此来把他们对世界和人文的感受与看法进行表达。随着社会的进步与发展，手机的功能越来越先进，也让每个人都具备成为拍客的潜质。

4.2 成立拍客团队的目的

传统的新闻媒体在视觉新闻的报道过程中，主要是以专业摄影或者记者来完成新闻的采集、记录，无论是成本、人力投入、第一时间与第一现场等因素的影响，视觉新闻所采集的资源相当有限，而且采集效率低下。而新媒体时代的来临使拍客群体变得越来越大，用“天下之事皆可尽收于拍客眼底”这句话都不为过。为了能够有效提高拍客新闻采集的水平且同时丰富新闻的来源，就必须要组成一支队伍，或者成立拍客 QQ 群、微信群，并且不分地域、性别、长幼，大家都以新闻拍摄作为话题在一起交流、互动，互相学习、共同进步。而这就需要一个专业的媒体来与拍客群体进行串联，当然了，新闻媒体在与拍客交流的过程中必须要具备专业的策划能力以及思维模式，并能够按照当前的社会情况去寻找大家关注的焦点新闻以及热门话题，然后号召拍客结合主题进行拍摄。

5. 短视频为广告盈利助力

传统的广告模式主要以报纸、杂志、广播以及户外和电视等方式进行宣传，而新式的短视频信息流广告则更加能够适应当前的互联网时代与市场的需求，而且也不会发生像传统广告被人忽视的问题。短视频通过网络方式将海量的数据传播到目标受众，例如说在人们使用移动客户端时都会出现各种标签，会按照用户的搜索习惯、浏览行为等数据，通过人工智能的方式来推送各种广告信息。短视频信息通过简短有趣、直入主题的方式更容易让人接受，在人们打开手机终端上网浏览信息的几秒时间内吸引他们的注意力，这比强行植入发送广告的效果更容易让广大用户接受。

6. 短视频对媒体融合的作用

6.1 促进媒体融合

为了能够在媒体融合背景下获取新的成绩，媒体也开始主动寻找自身的优势谋求出路。网络短视频所呈现出多元化的内容也成为了媒体的重要改革方向，各种报刊、杂志、广播电视等传统媒也投入大量资源进入到视频领域，并试图从中找到新的发展契机。随着信息技术的发展，媒体在传播网络视频的过程当中也获得了极大的发展空间，并且网络视频的丰富内容也让广大受众在新闻资讯以及各种节目的契合度上得到提升。

6.2 广泛参与性和社交属性得到强化

从媒体融合的角度来看，短视频并非只是局限在视频时间的长短或者视频内容所拥有的价值，而是一种社交与互动方式的另一种形态，是一种即时、高效的信息传播方式，发展空间与潜在价值巨大。首先，在网络技术高度发达的当下，广大受众只需拥有一台智能化终端设备或者电脑，就能够轻松参与到与短视频相关的话题当中，打破了传统媒体需要各种高成本介质的框架，也突破了时空、地域、以及人群之间的距离，体验到全新的参与感；其次，短视频的发展也给广大新媒体用户提供了许多分享平台与传播渠道，这对于加快媒体融合具有明显的促进作用。

结语

综上所述，虽然网络短视在发展过程中取得一定的成绩，但是也存在着竞争激烈、盈利模式单一等问题，二更视频创始人丁丰曾说过，未来短视频的市场份额高达千亿，可是在制定视频的内容上需要制作团队具备专业的技术以及传播影响力，短视频通过“一招鲜，吃遍天”的方式是不能够实现可持续发展的目标。随着 5G 技术的普及，未来的终端网速将提升到一个新的层次，这对于短视频的发展是一个全新的契机，因此广电部门应当构建一个短视频专业生产基地，打造短视频的品牌，打开市场空间的同时优化当前的网络生态。媒

参考文献

[1] 韩存齐 . 短视频的传播特性研究——探析自媒体时代短视频新闻发展趋势 [J]. 湖北科技学院学报，2016（12）：124-137.
[2] 安宇航 . 新媒体环境下广播电视新闻的生存与发展探索 [J]. 西部广播电视，2015（03）：155-168.
[3] 刘瑶 . 我国新闻短视频的创新模式及对策研究 [J]. 新闻界，2016（08）：34-52.

（作者单位：广西南宁电视台）